



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO (DECOM)  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO**

**RAYANNE KESSIA SOARES CÂMARA**

**COVID-19 E REDES SOCIAIS DIGITAIS: IMPACTOS NO CONSUMO DE  
INFORMAÇÕES NA PANDEMIA**

**CAMPINA GRANDE  
2021**

RAYANNE KESSIA SOARES CÂMARA

**COVID-19 E REDES SOCIAIS DIGITAIS: IMPACTOS NO CONSUMO DE  
INFORMAÇÕES NA PANDEMIA**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

**Orientadora:** Profa. Dra. Marina Magalhães de Moraes

**CAMPINA GRANDE  
2021**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

C173c Camara, Rayanne Kessia Soares.  
Covid-19 e redes sociais digitais [manuscrito] : impactos no consumo de informações na pandemia / Rayanne Kessia Soares Camara. - 2021.  
31 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2021.

"Orientação : Profa. Dra. Marina Magalhães de Moraes ,  
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Pandemia covid. 2. Consumo de informação. 3. Redes sociais digitais. 4. Informação digital. I. Título

21. ed. CDD 302.2

RAYANNE KESSIA SOARES CÂMARA

COVID-19 E REDES SOCIAIS DIGITAIS: IMPACTOS NO CONSUMO DE  
INFORMAÇÕES NA PANDEMIA

Trabalho de Conclusão de Curso  
(Artigo) apresentado à Coordenação  
do Curso Comunicação Social da  
Universidade Estadual da Paraíba,  
como requisito parcial à obtenção do  
título de Bacharel em Jornalismo.

Área de concentração: Comunicação  
Digital.

Aprovada em: 28/05/2021.

**BANCA EXAMINADORA**



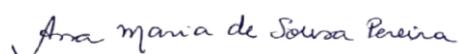
---

Profa. Dra. Marina Magalhães de Moraes (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



---

Profa. Me. Ana Maria de Sousa Pereira

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>ERA DA INFORMAÇÃO DIGITAL</b> .....	<b>7</b>
<b>2.1</b>	<b>Redes sociais digitais e consumo de informações</b> .....	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>PANDEMIA, REDES SOCIAIS DIGITAIS E INFORMAÇÃO</b> .....	<b>12</b>
<b>3.1</b>	<b>Isolamento digital</b> .....	<b>13</b>
<b>3.1.1</b>	<i>Infodemia</i> .....	<b>14</b>
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>15</b>
<b>5</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÕES</b> .....	<b>16</b>
<b>5.1</b>	<b>Perfis no Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube e Twitter</b> .....	<b>17</b>
<b>5.1.1</b>	<i>Compartilhamento e consumo de informação</i> .....	<b>17</b>
<b>5.1.2</b>	<i>Impactos no consumo de informações sobre Covid-19</i> .....	<b>18</b>
<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO</b> .....	<b>19</b>
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>20</b>
	<b>APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS</b> .....	<b>24</b>

# COVID-19 E REDES SOCIAIS DIGITAIS: IMPACTOS NO CONSUMO DE INFORMAÇÕES NA PANDEMIA

Rayanne Kessia Soares Câmara<sup>1</sup>

## RESUMO

A pandemia causada pela Covid-19, que impôs ao mundo medidas de distanciamento social, intensifica a inserção de usuários nas redes sociais digitais e conseqüentemente, as formas de propagação e recepção de informações no ambiente digital. Essas redes partem de um ambiente não só de interação, mas de troca informacional e de conhecimento, principalmente em tempos de crise sanitária global. Com base neste cenário, este artigo se trata de um estudo de recepção e tem como principal objetivo compreender os impactos referentes ao consumo de informações no Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter durante o primeiro ano da pandemia no Brasil, tendo em vista a força das redes sociais digitais e do fluxo de informações que são direcionadas constantemente aos usuários. A metodologia consiste em uma revisão de literaturas sobre a era da informação conforme Barreto (2005), as redes sociais digitais (Recuero 2012) e a circulação de informação nessas redes (TOMAÉL, et. al. 2001). São abordados os conceitos de isolamento digital (LE MOS, 2020), fast-foodização da informação (BORGES, 2020), *infodemia* (OMS, 2020) e fatores relacionados a pandemia causada pelo vírus. Além da aplicação de um questionário online, que busca identificar, dentro de um recorte temporal de 2020, o primeiro ano de pandemia, os impactos na recepção de informações desses usuários. Os resultados da pesquisa mostraram um consumo informativo sobre Covid-19 elevado no Instagram, em que maioria de usuários sentiram dificuldade em compreender algumas das informações consumidas. Apesar de sentirem-se sobrecarregados com o excesso informacional, os respondentes afirmam que tais informações contribuíram para as medidas de cuidado relacionadas ao vírus.

**Palavras-chave:** Pandemia. Consumo de informação. Covid-19. Redes sociais digitais. Excesso informacional.

## ABSTRACT

The pandemic caused by Covid-19, which imposed social distancing measures to the world, intensifies the insertion of users in digital social networks and consequently, the ways of spreading and receiving information in the digital environment. These networks start from an environment not only of interaction, but of informational and knowledge exchange, especially in times of global health crisis. Based on this scenario, this article is a reception study and its main objective is to understand the impacts related to the consumption of information on Facebook, Instagram, WhatsApp and Twitter during the first year of the pandemic, given the strength of digital social networks and the flow of information that is constantly directed to users. The methodology consists of a literature review regarding the information age according to Barreto (2005), digital social networks (Recuero 2012) and the circulation of information on these networks

---

<sup>1</sup> Aluna de Graduação em Comunicação Social, com Habilitação em Jornalismo, pela Universidade Estadual da Paraíba – Campus I. E-mail: rayannekessia1@gmail.com

(TOMAEL, et. al. 2001). The concepts of digital isolation (LEMOS, 2020), information fast-food (BORGES, 2020), infodemic (OMS, 2020), and pandemic-related factors, such as the emergence of the virus. In addition to the application of an online questionnaire, which seeks to identify, within a time frame of 2020, the first year of the pandemic, the impacts on the reception of information by these users. The results of the survey showed high information consumption on Covid-19 on Instagram, where a majority of users felt difficulty in understanding some of the information consumed. Despite feeling overwhelmed by the informational overload, respondents stated that such information contributed to care measures related to the virus.

**Keywords:** Pandemic. Information Consumption. Covid-19. Digital social networks. Excess of information.

## 1 INTRODUÇÃO

O consumo de informações é um processo necessário para a vida em sociedade. Com os avanços tecnológicos e a convergência para ambientes digitais, esse sistema se intensificou provocando um maior compartilhamento de dados por parte dos usuários. Existe uma reconfiguração comunicacional que permite ao indivíduo uma maior facilidade no acesso e conhecimento de mundo, a qual também abre espaço para um aumento no fluxo informativo, o que contribui para o entendimento sobre a força de uma informação.

Portanto, esse poder informacional pode impactar a vida do indivíduo em todos os campos que lhe atravessam, pois "a informação influi na sociedade e na forma de vida dos cidadãos, transforma hábitos (vestimenta, alimentação, consumo, etc.), desenvolve e modifica culturas e visões de mundo, está presente no dia-a-dia dos sujeitos, sendo útil e imprescindível a eles". (TOMAÉL; MARTELETO, 2006, p.2)

As informações veiculadas nas redes sociais digitais passaram a ser compartilhadas através de imagens e vídeos em posts e *stories* no Facebook, Instagram, YouTube e mensagens de WhatsApp. O crescente acesso de usuários a essas redes não só permitiu o maior compartilhamento de informações como também a produção de conteúdo por parte de quem, na cultura dos meios de massa, apenas consumia. O volume de notícias se tornou maior no último século, e a tendência é que ele continue em constante crescimento, pois a incorporação de milhares de indivíduos ao sistema digital, e especificamente às suas redes sociais permanece elevada. Até 2020, mais de 60% dos 7,7 bilhões de humanos do planeta já eram usuários de redes sociais digitais (AGENCIA VISIA, 2020).

Essa avalanche de informações se intensificou a partir de 2020, com a chegada da Covid-19, doença causada pelo novo coronavírus que modificou a saúde, a economia, o convívio social em todas as partes do mundo, desestabilizando toda a sociedade global. O volume informacional, em ampla propagação, passou a ser definitivamente maior, envolvendo especificamente assuntos relacionados à pandemia ocasionada pelo vírus. A necessidade do isolamento social como medida para conter a propagação do vírus, como recomendada pela Organização Mundial de Saúde (OMS)<sup>2</sup> desde o início da pandemia, reconfigura a comunicação entre as pessoas. Assim, a vida social que já estava em constante mudança, parte de forma significativa, para o online.

A pandemia do novo coronavírus passou, então, a ser notícia em todos os meios de comunicação, sendo pauta em aplicativos de mensagens e redes de interação. Com a crise sanitária em curso afetando intensamente a vida de toda a sociedade, tal fato demanda uma atualização informacional de como tem sido a situação e propagação do vírus, o conhecimento epidemiológico e as orientações sanitárias. Além da urgência em obter conhecimento para adotar os devidos cuidados, o ineditismo do vírus também foi um dos fatores que influenciaram no consumo dessas informações.

A propagação de informação, circulou nos tradicionais veículos de comunicação, como a televisão e o rádio, mas também em diferentes canais de redes sociais digitais, através de reportagens, infográficos, posts com dados sobre números de casos, divulgação de boletins acerca da quantidade de infectados, casos ativos e descartados, além de diversas medidas e orientações. Exemplo disso foram as

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/03/30/oms-reforca-que-medidas-de-isolamento-social-sao-a-melhor-alternativa-contra-o-coronavirus.ghtml>. Acesso em 4 abr. 2020.

medidas adotadas pelo Instagram, como neste trecho publicado pelo blog da rede social em 24 de março de 2020:

As pessoas que buscam informações relacionadas ao coronavírus ou à COVID-19 no Instagram começarão a ver uma mensagem instrutiva conectando-as aos recursos da Organização Mundial de Saúde e dos ministérios de saúde locais. Estamos trabalhando rapidamente para disponibilizar esse serviço globalmente nas próximas semanas<sup>3</sup>.

As medidas de informação têm como objetivo direcionar os usuários da rede social digital a fontes confiáveis, fazendo com que eles caminhem para um consumo informacional seguro.

Um relatório divulgado pelas empresas We Are Social e HootSuite, sobre o tema “Digital 2021: Os mais recentes insights sobre o estado digital”, traz dados que revelam reflexos da pandemia causada pela Covid-19, começando pelo aumento do uso da internet no Brasil, que atingiu uma marca de 71% de usuários. Dentro desse universo, os dados apontam uma média de mais de 1,3 milhão de novos usuários nas redes sociais digitais todos os dias em 2020.

O consumo informacional tornou-se um dos principais motivos pelos quais as pessoas acessam a internet, e usam as redes sociais digitais. Segundo a pesquisa o Brasil se tornou o segundo maior país a consumir informações no Instagram em 2020, ficando atrás apenas da Turquia. Ainda de acordo com o relatório, o consumo de informação nas redes sociais digitais já vinha em crescimento desde o ano de 2018.

Com o cenário da pandemia, até aqueles que não tinham o hábito de consumir uma quantidade relevante de informações passaram a buscá-las, o que se comprova nos dados mencionados. Esse processo de recepção pode ocorrer de forma não intencional, pois as informações circulam em todos os meios em que esses usuários estão inseridos, principalmente quando se encontram conectados às redes sociais digitais.

É a partir do fluxo informacional que circula dentro destas redes que essa pesquisa busca compreender os impactos que tais informações podem ter na vida de cada usuário. Sendo assim, parte do pressuposto que existe um paradoxo no consumo, ao reconhecer que o excesso informativo pode dificultar a absorção das informações, conforme afirma Castilho<sup>4</sup> (2019). Além dessa premissa, os impactos positivos também fazem parte deste estudo, que tem como objetivo específico compreender como o acesso à informação pode contribuir para uma compreensão adequada ou gerar mais dúvida sobre a pandemia.

Tais questionamentos baseiam este artigo, considerando que cada indivíduo possui uma forma de recepção, e que o consumo de informação pode ocorrer de modo diversificado em cada rede social pesquisada. Logo, analisando como ocorre a participação dessas redes sociais digitais a partir de quem as consome, buscamos compreender como as informações ali veiculadas impactam a vida do usuário dentro e fora do online.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/coronavirus-keeping-people-safe-informed-and-supported-on-instagram#:~:text=papo%20de%20v%C3%ADdeo.-,Acessar%20informa%C3%A7%C3%B5es%20precisas,dos%20minist%C3%A9rios%20de%20sa%C3%BAde%20locais>>. Acesso em 4 abr. 2021.

<sup>4</sup> CASTILHO, Carlos. Quanto mais informações mais dúvidas. **Medium**, 02 de set. de 2019. Disponível em: <<https://ccastilho.medium.com/quanto-mais-informa%C3%A7%C3%A3o-mais-d%C3%BAvidas-15ffd488302e>>. Acesso em 02 abr. 2021.

Para validação do problema, foi feita uma pesquisa descritiva, exploratória, de abordagem quali-quantitativa. Para coleta de dados, foi desenvolvido um questionário via Google Forms, que circulou do dia 27 de abril a 3 de maio, com o objetivo de coletar dados que revelem questões de consumo de informações nas redes sociais digitais entre os brasileiros durante o primeiro ano de pandemia causada pelo novo coronavírus em 2020, tais como: em quais redes ocorre o maior consumo e compartilhamento informativo? O consumo excessivo contribui ou interfere no processo de compreensão e recepção durante a pandemia? O consumo informacional sobre Covid-19 foi sobrecarregado?

Além desta parte introdutória, o artigo se divide em mais quatro tópicos, em que se discorre, primeiramente, uma contextualização sobre a era da informação digital, compreendendo aspectos sobre o poder da informação e seu desenvolvimento na contemporaneidade. Logo, o segundo tópico, se dedica a explicar o conceito de redes sociais digitais e o consumo de informações que ocorrem dentro dessas redes. Depois, o terceiro tópico aborda a pandemia e os seus impactos na sociedade, abrangendo uma discussão sobre *infodemia* e isolamento digital. Por fim, o trabalho apresenta uma análise acerca do tema proposto, a partir dos resultados dos dados coletados a respeito dos impactos no consumo de informações sobre Covid-19 nas redes sociais digitais.

## **2 ERA DA INFORMAÇÃO DIGITAL**

O globo vive atualmente a chamada era digital, que se caracteriza como uma reconfiguração nos formatos tradicionais da sociedade, devido à presença crescente dos diferentes tipos de recursos tecnológicos, o que reflete diretamente em todo o contexto social, econômico e comunicacional. Trate-se de uma era marcada pela informatização e pelo conhecimento, tendo em vista que a sociedade atual é interligada aos diversos aspectos da tecnologia.

A busca por novas formas de interatividade, além da conexão constante a dispositivos móveis, é uma característica evidente da sociedade contemporânea. A velocidade em que se expande a participação das tecnologias digitais, com destaque para a relação dos indivíduos com tais redes, é avassaladora. Mais do que equipamentos modernos e capazes de realizar diversas utilidades com um só apertado de tela, surge um modelo de comunicação cada vez mais transformador da cultura global.

Já não se usa mais um telégrafo ou cartas para se comunicar, uma grande massa se comunica com colegas, familiares, e demais pessoas de forma habitual, por meio das redes sociais digitais, através de aplicativos de mensagem instantânea. De maneira geral, essa reconfiguração ocorre pela facilidade de acesso à internet (3G, 5G), e barateamento de equipamentos. Esse fato implica diretamente na forma como os indivíduos hoje se relacionam, trocam e recebem informações, principalmente quando se compara a gerações anteriores.

Contudo, por mais que o digital seja um fenômeno discutido, e uma característica marcante já no século XIX, ele surge de forma mais específica nos anos 80 do século XX, em que os avanços desencadeiam o que pode ser chamado atualmente de *era digital* (PACHECO, 2015). Compreendendo as tantas mudanças tecnológicas, a discussão parte para o âmbito informacional, visto que não é possível falar de informação em sociedade sem compreender os aspectos relacionados aos sistemas digitais, mais especificamente o funcionamento de circulação dentro do online.

Assim como ocorrem modificações constantes na tecnologia, com o comportamento da sociedade não é diferente, ambos os campos refletem. Castells (1999) afirma que as novas formas de comunicação que surgem através dos computadores são tão capazes de moldar a vida em sociedade, quanto de serem moldadas por ela.

Todas as possibilidades oferecidas pela era digital, como as plataformas de comunicação, blogs, e redes sociais, além de serem grandes canais de interação, tornam-se uma ferramenta de trabalho e uma ponte entre a informação e o público. Sendo assim, dentro do avanço oferecido por estas tecnologias digitais,

Ocorre o fenômeno da simultaneidade não espacial- historicamente mediada, que cria novas formas de interação e ação, novo tipos de relacionamentos sociais. São alteradas as formas de acesso e circulação da informação, que vão incidir sobre as maneiras de se construir conhecimento. (BARRETO, 2005, p.113).

A princípio, o digital não somente facilitou a propagação de conteúdo, como também transformou a forma de recepção das informações e hábitos sociais. Logo, a produção sobrecarregada de informação se apresenta com uma nova roupagem, seja de adaptação aos novos formatos de consumo, ou às diferentes formas de transmissão. Tomaél et. al. (2001, p.3) menciona que além da internet como fator determinante para o crescimento de informações nas redes, outros elementos contribuem para isso, tais como “interatividade, tecnologia do hipertexto, multimídia, digitalização, computação e informação distribuídas, compartilhamento, cooperação e sistemas abertos”.

O poder da informação é indiscutível, uma vez que ela pode contribuir para criação de um senso crítico – ou para a falta dele. Esse fato merece atenção principalmente em tempos de propagação de uma quantidade excessiva de informações, em que um conhecimento definitivo pode não ser alcançado pelos indivíduos que as consomem devido ao volume de informações obtidas, em especial nos ambientes digitais.

Castells (1999) explica que na era de informação a sociedade se constrói em torno das novas tecnologias informativas, interligando-se entre redes por meio das quais recebe e distribui informações para o globo. Desse modo, o autor compreende que a “informação representa o principal ingrediente de nossa organização social, e os fluxos das mensagens e imagens entre as redes constituem o encadeamento básico de nossa estrutura social” (CASTELLS, 1999, p.573).

A informação está atrelada de forma significativa à construção do conhecimento (BARRETO, 2005). Portanto, é partir do poder informacional que todos os campos da sociedade irão se desenvolver, e serem influenciados, uma vez que a informação tem gerado cada vez mais a tomada de decisões naqueles que as consome. Entretanto, o caminho até que se chegue ao conhecimento varia conforme o receptor, considerando sua cultura, posição econômica, política e demais visões de mundo.

O cenário acelerado em que vive a sociedade na contemporaneidade gera um tempo cada vez menor de satisfação com o consumo de informações recebidas pelos indivíduos, conforme explicam os autores Delfino, Pinho Neto e Sousa (2019). Isso se deve ao fato de haver uma produção ativa desses conteúdos informacionais nas redes sociais digitais, o que provoca um aumento da ansiedade diante da necessidade de acompanhar esse fluxo informativo, além de dificultar uma busca eficaz e satisfatória por conteúdo.

Outro debate importante, considerando o avanço das novas tecnologias, é a chamada sociedade da informação, que surge século XX. Com o advento do digital, as formas de se fazer e viver em um mundo globalizado se modificaram. Werthein (2000) define o termo como o resultado do crescimento tecnológico, que traz junto o imediatismo e a flexibilidade em relação ao consumo informacional dos indivíduos. Tais características resultam de uma era de informação dentro do ambiente digital, em que estão distribuídos novos formatos de recepção entre os usuários, como também maior um compartilhamento e produção de informações.

Contudo, apesar de importante para estudos como este, voltados para o campo da informação no ambiente digital, o termo *sociedade da informação* revela-se ultrapassado, como afirmam Rodrigues, Bechara e Grubba (2020). Os autores sugerem o uso de um novo conceito para a sociedade atual, a sociedade digital:

É da quarta revolução que se dá o surgimento da Sociedade Digital, que tem por característica a presença massiva de tecnologias digitais, impactando pessoas físicas e jurídicas, em um contexto de acesso à informação cada vez mais veloz, pautado pela inovação e pela disponibilidade de uma quantidade enorme de dados, processados e disponibilizados em milésimos de segundos. (RODRIGUES, BECHARA, e GRUBBA 2020, p.5)

A informação dentro do ambiente digital passa a ter uma força maior, como também se tornam maiores os seus impactos na sociedade. Em outra época, a informação não teria a disponibilidade de armazenamento como nos dias atuais, pois hoje os dados perpassam, deixando seus rastros, por dispositivos móveis, aplicativos de mensagens e demais redes e plataformas que a internet possibilita.

Mas, por que usar o conceito de era da informação digital? A informação é o elemento central na sociedade contemporânea, e aliada à tecnologia torna-se uma arma poderosa. Logo, as mudanças radicais vividas em sociedade desencadeiam uma nova forma de conceituar os processos de adaptação ao ambiente tecnológico. Os estudos aqui citados dão um possível sentido ao que podemos compreender como informação digital, que devido à convergência tecnológica e seus recursos transformam os tradicionais modos de se produzir e consumir informações. Vale salientar que os meios tradicionais de comunicação não ficaram de lado, buscaram se adequar e fazer uso dos recursos oferecidos pelo meio digital para não serem escanteados, visto que a era da informatização e de transformações tecnológicas, são processos irreversíveis.

Ao navegar na internet, o usuário tende a encontrar uma infinidade de informações, seja em sites, blogs ou redes sociais, não há como estar conectado sem consumir informação, seja ela noticiosa ou não. Há também no ambiente digital a possibilidade de acesso simultâneo, que independe de localização geográfica dos usuários.

Desse modo, é a partir da potencialidade informacional que se torna relevante analisar a informação compreendendo o contexto na qual ela se insere, observando seus efeitos em usuários no ambiente digital. Mais especificamente naqueles que participam das redes sociais digitais, tema que será analisado no decorrer deste artigo

## **2.1 Redes sociais digitais e consumo de informações**

Feitas as considerações sobre a era digital e informacional que se intensifica na sociedade contemporânea, partimos para abordar a presença e o consumo de informações dentro das redes sociais digitais. A princípio, o que são redes?

Os indivíduos inseridos em sociedade, por natureza, estabelecem conexões com outras pessoas, vínculos que variam entre amorosos, familiares, de trabalho e demais relações, conforme salientam Tomaél, Alcará e Di Chiara (2005) ao discutir o conceito de rede. Com a construção de relacionamentos dentro de tais redes, o indivíduo passa a ter uma identidade cultural, gerando e recebendo informações conforme essa representação.

Como um espaço de interação, a rede possibilita, a cada conexão, contatos que proporcionam diferentes informações, imprevisíveis e determinadas por um interesse que naquele momento move a rede, contribuindo para a construção da sociedade e direcionando-a. (TOMAÉL, ALCARÁ e DI CHIARA, 2005, p.94)

Considerando que as redes são definidas como uma espécie de relação entre os indivíduos, partimos então para o conceito de redes sociais. Para Recuero (2012), as redes sociais são representações dos atores sociais, em que não se tem acesso exatamente ao indivíduo, mas a uma representação desse usuário. Por meio delas, são estabelecidas conexões entre pessoas, conseqüentemente, gerando uma maior produção e difusão de conteúdo.

É fato que as redes sociais na internet, aqui denominadas como redes sociais digitais, estão crescendo e constituindo uma potência comunicativa em todo o mundo. No Brasil, particularmente, sua relevância tem sido cada vez mais evidente, visto que o brasileiro tem ficado 3 horas e 31 minutos por dia conectados a essas redes<sup>5</sup>. Através delas, é possível publicar fotos, vídeos, compartilhar conteúdo e se informar de forma ágil, com a possibilidade de atingir um vasto número de pessoas de forma simultânea.

A atual era de convergência criou na sociedade uma espécie de necessidade de inserção nas redes sociais digitais, não só para manter suas relações pessoais e coletivas, mas também para se manter atualizada. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2009, p. 30). A transformação, para Henry Jenkins (2009), vai além de tecnologias, implicando em mudanças sociais e culturais, uma vez que os consumidores passam a buscar novas informações, em novos formatos.

Compreender as bases sobre os efeitos de convergência para o digital é um ponto de partida para entender os impactos referentes às novas formas de consumo informacional nos receptores. Até pouco tempo atrás, esse ambiente de conexões que se estabelece nas redes sociais digitais se dava em praças públicas, nos grupos de conversas, em reuniões de trabalho ou de família e demais formas de comunicação e interação no ambiente físico.

Contudo, após o advento da internet as dinâmicas comunicativas se desenvolvem cada vez mais mediadas pelo ambiente digital. Logo, as informações que eram propagadas e consumidas unicamente por rádio, jornais impressos e televisão, passam também, de forma intensa, a serem consumidas online, distribuindo-se em novos formatos e se apropriando deles. Sendo assim, essas redes constituem não somente laços virtuais, mas uma potência informativa, que contribui para o conhecimento do novo.

Alguns fatores possibilitam a participação das redes sociais digitais, no processo de difusão de informação. O primeiro ponto de acesso às informações nas

---

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.agenciavisia.com.br/news/brasileiro-fica-3-horas-e-31-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/>>. Acesso em 22 abr. 2021.

redes, está na permanência das conexões, “pois há naturalmente mais caminhos onde a informação pode circular” conforme explica (RECUERO, 2012, p. 6). O segundo, está na capacidade de compartilhamento dentro destas redes, que se torna um fator primordial, pois a informação pode atingir diferentes tipos de usuários, mesmo aqueles que não fazem parte de suas conexões.

As informações são propagadas em formato de texto, vídeos, imagens e gráficos, de forma atraente e acessível, além disso, dispõem da capacidade de direcionamento para demais plataformas, caminho seguido por muitos perfis jornalísticos em redes sociais digitais. Estes postam uma parte da informação no *feed* de notícias, contendo apenas uma parte introdutória da matéria, e por seguinte, caso queira acessar o conteúdo completo, o usuário deve acessar o link disponibilizado pelo perfil. Tal estratégia é adotada pelos perfis do Estadão e do Jornal o Globo, e compreende a força que redes como Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp e YouTube têm na difusão da informação, visando o potencial número de conexões, e conseqüentemente, os acessos que ali circulam.

Nesse caso, levando em conta o espaço online e sua diversidade de recursos para difusão de informação, as redes sociais digitais assumem um papel cada vez mais significativo, favorecendo não só o jornalismo, por proporcionar um meio de grande alcance e capacidade de interação, gerando credibilidade à medida que suas matérias são compartilhadas. Essas redes favorecem também aqueles usuários que se inserem no ambiente online, visto que a informação circula em um espaço em que eles são consumidores e ao mesmo tempo produtores de conteúdos informacionais. Logo, uma vez que há uma possibilidade de discussão sobre essas informações, é perceptível que tais redes proporcionam um novo olhar sobre determinadas notícias, em critérios de confiabilidade, relevância, e impacto sobre sua proporção.

O fato é que as redes sociais digitais alavancaram a forma como criamos e compartilhamos conteúdos, sejam eles, verídicos ou falsos, noticiosos ou não. Levando em consideração a horizontalidade do compartilhamento de informações, é preciso partir de um ponto onde a mídia por si só já não é a única que repassa a mensagem, o indivíduo passa a ter um papel cada vez mais ativo quanto a produção e compartilhamento de conteúdo. Com isso, o consumo que antes se voltava de forma mais frequente aos formatos tradicionais, veiculados pela TV, rádio e jornais impressos, se estende ao ambiente digital a partir de informações disseminadas por contas de perfis pessoais e de empresas de comunicação.

O que se pode compreender sobre os sistemas de informações dentro dessas redes é que eles podem variar conforme o usuário. Recuero (2009) acrescenta que o compartilhamento tende a acontecer com relação ao capital de cada indivíduo, com base na relevância que aquele conteúdo representa para cada um. Como exemplo, a notícia na queda do salário mínimo pode não impactar tanto os usuários considerados de classe alta, que possuem salários superiores e rendas extras, como impactaria os trabalhadores que recebem essa remuneração. Este é apenas um, entre uma infinidade de fatores que podem influenciar o compartilhamento de informações e seus conseqüentes impactos nos usuários receptores.

Uma pesquisa realizada pelo Reuters Institute Digital News Report em 2020, a partir de qual o Canal Tech<sup>6</sup> resume os principais dados relacionados ao Brasil, aponta que pela primeira vez as redes sociais digitais passaram a TV como meio de acesso informacional. Do total de entrevistados, 67% dizem usá-las para se informar, enquanto 66% citam a televisão como fonte informativa. A diferença mínima entre os

---

<sup>6</sup> Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/instagram-desponta-como-fonte-de-noticias-no-brasil-166578/>. Acesso em 21 abr. 2021.

índices evidencia o espaço que estas redes estão ocupando e reflete o caminho percorrido pelos usuários no consumo de informações na atualidade.

Através do poder informacional que exercem, as redes sociais digitais viabilizam a propagação dos mais diferentes tipos de informações, que circulam de forma intensa. Esse fenômeno pode ser compreendido a partir do que enfatiza Recuero (2012):

Cascatas são, assim, efeitos das redes sociais online enquanto mídia. São geradas pela ação individual dos atores e evidenciam o potencial informativo dessas redes, uma vez que o coletivo funciona como um meio capaz de difundir rapidamente e globalmente uma determinada informação (RECUERO, 2012, p.12).

Esse efeito cascata, em condição informacional, se une ao que chamamos de viralização, que acontece constantemente dentro das redes sociais digitais. Com informações diversas, seja de cunho relevante ou não para a sociedade. As cascatas informacionais criam cada vez mais forças e tornam esse espaço digital em um espaço informacional colaborativo, promissor de mudanças comportamentais e sociais, saindo de um espaço online e conduzindo um papel significativo no off-line, uma vez que já não se é mais possível separá-los, pois estamos constantemente conectados. Os usuários navegam em conteúdos informacionais variados, sob enfoque distintos, característicos da instantaneidade, interatividade e multimídia oferecidas pelo meio digital e, mais especificamente, pelas redes sociais digitais.

### **3 PANDEMIA, REDES SOCIAIS DIGITAIS E INFORMAÇÃO**

Em março de 2020 a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou estado de pandemia pelo novo coronavírus, um vírus contagioso, que logo tomou grande proporção, levando vidas e causando uma grande crise sanitária em todo o mundo. A pandemia causada pela Covid-19 inicia-se por volta de dezembro de 2019 em Wuhan, na China, quando autoridades do país informaram a OMS a ocorrência do surto de uma doença semelhante à pneumonia (BEZERRA et al., 2020), capaz de provocar sintomas que variam de leves a grandes problemas respiratórios.

A crise emergencial desencadeou um *novo normal*, assim chamado pela sociedade e pelas autoridades do país. O conceito, segundo Schirato (2020) está atrelado ao formato em conjunto pela busca da sobrevivência, uma vez que a sociedade passou a lidar com novos formatos de vida que demandaram uma adaptação, deixando o que até então era considerado como normal para cada indivíduo para evitar um maior contágio da doença.

Desde os primeiros meses da pandemia, os desafios tornaram-se constantes para a humanidade, partindo inicialmente da imposição da medida de quarentena como ação preventiva para a diminuição da propagação do vírus, que consequentemente aumentou o tempo das pessoas em suas casas. Logo, a partir dessas medidas, alteraram-se as formas de se relacionar, comunicar e viver em âmbito social. As relações que já eram interligadas constantemente por meio de conexões em redes, passaram de forma ainda mais intensa a se estabelecer pelo meio digital.

A partir desse cenário, sob um aspecto comunicacional, o vírus se propagou também de forma massiva na circulação de informações, sejam aquelas jornalísticas, ou produzidas por usuários comuns nas redes sociais digitais. Por se tratar de um novo vírus, a produção e o consumo da informação se voltaram de forma acentuada

para a Covid-19. Ao longo do primeiro ano de pandemia, seus impactos fizeram surgir uma necessidade de acompanhamento constante de informações, tanto para saber as proporções, quanto sobre como lidar com a doença. Desse modo, a informação tornou-se um processo ainda mais essencial em tempos de isolamento social.

A inserção de usuários nas redes sociais digitais, que mesmo antes da pandemia já se encontrava em crescimento constante, foi ainda mais significativa. Esse fato modificou a forma de consumir conteúdo, já que o uso dessas redes se intensificou tanto para os usuários se comunicarem, como para se manterem informados sobre os acontecimentos relacionados à disseminação global do novo coronavírus. Mesmo que o usuário não tivesse o interesse direto em consumir determinadas informações sobre a Covid-19 nessas redes, outros usuários em seu grupo de conexões, ou até além delas, direcionavam comentários, opiniões e informações diversas sobre o vírus através de compartilhamentos.

As redes sociais digitais, como Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp, seguiram em crescimento no que se refere ao consumo informacional no primeiro ano da pandemia, segundo os dados divulgados pelo relatório Reuters Digital News Report. Esse fato evidencia o aumento no consumo de notícias relacionadas à pandemia, já que o fluxo de notícias no ano de 2020 esteve constantemente voltado ao novo coronavírus.

Tal relatório foi divulgado em dois momentos do ano: o primeiro realizado em janeiro de 2020, pouco antes do surto pandêmico se instalar globalmente; o segundo no mês de abril, em que já estava decretado um estado emergencial causado pela Covid-19, sendo os últimos dados coletados dos países, Reino Unido, EUA, Alemanha, Espanha, Coreia do Sul e Argentina.

O Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online – Gjol (2020),<sup>7</sup> da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (UFBA), abordou a discussão sobre o consumo informacional a partir dos dados revelados pelo relatório elaborado pela Reuters. O estudo acadêmico considerou a faixa etária desses usuários, sendo que:

Pessoas mais jovens estão ainda menos conectadas às marcas de notícias quando em comparação com a geração Y ou do milênio (25-34 anos) e são mais dependentes das mídias sociais. Ou seja: jovens dificilmente constroem lealdade com marcas de organizações jornalísticas. O hábito de consumir notícias cada vez mais em plataformas digitais vem crescendo em todas as faixas de idade. A diferença está a partir de onde a pessoa busca a notícia (ou onde a notícia aparece). (GJOL, 2020).

Esse consumo informacional sobre a crise sanitária enfrentada pelo país pode ser encarado sobre duas premissas. Primeiro, é importante ressaltar que as redes sociais digitais se tornaram uma fonte de conhecimento e uma forma de mediação entre informação e público, principalmente no que se refere ao contexto de uma pandemia que mantém os usuários em alerta. Depois, por mais essencial que seja para o processo de conhecimento e contribuição no processo de prevenção, o excesso informacional consumido nestas redes pode desencadear uma maior preocupação sobre a situação, como também promover a desinformação sobre questões importantes referente ao vírus. Além disso, um indivíduo pode sentir-se sobrecarregado com o volume de informações consumidas.

### 3.1 Isolamento Digital

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://gjol.net/2020/06/jovens-e-consumo-de-noticias-o-que-diz-o-relatorio/>. Acesso em 26 abr. 2021.

Sendo o isolamento social, forçado ou voluntário, um caminho para frear a propagação do novo coronavírus, ele surge mediado por redes sociais digitais. O conceito de isolamento digital (LEMOS, 2020), ainda que amplo, ajuda a compreender o cenário de pandemia e consumo informacional que surge como um efeito dessa mudança, uma vez que a conexão hoje torna-se a janela da rua.

Lemos (2020) afirma que a quarentena foi um termo imposto pelo confinamento que ocorreu em Veneza, na Itália, durante a Peste Negra nos séculos XIV e XV, “na qual os navios deviam ficar 40 dias isolados antes de serem autorizados a desembarcar”. Nessa perspectiva, o autor busca comparar o que as novas tecnologias oferecem e modificam o isolamento no contexto pandêmico atual, visto que as formas de isolamento que eram impostas em outros séculos se caracterizavam em um confinamento radical, considerando fatores físicos e de acesso à informação do mundo. Contudo, o isolamento vivido pela Covid-19, com as demais formas de se conectar com o mundo, permite não mais um isolamento restritivo, pois há uma troca social entre indivíduos no espaço digital.

Sendo assim, computadores, *tablets*, *smartphones*, plataformas digitais, coleta e tratamento amplos de dados (Big Data) e sistemas de inteligência artificial, aliados ao acesso por múltiplas redes à internet (Wi-Fi, fixa, 4G), constituem a nova cultura digital global. Lemos (2020) ainda salienta que “muitos começam a fazer um ‘isolamento no isolamento’”, impondo limites de tempo de exposição e momentos de desconexão das informações e do mundo online.

No contexto da demanda por conteúdos propiciada por esse isolamento digital, surge um outro conceito, chamado *fast-foodização* da informação. Borges (2020, p.11) usa o termo para definir o “processo de tornar a informação um produto padronizado, atraente, geralmente com pouco valor ‘nutritivo’ e enorme rapidez na entrega e no consumo”. Esse conceito se emprega em tempos de isolamento em redes sociais digitais, e sugere o processo informacional visto como um produto comercializado, que tende a ser consumido por sua aparência e não por sua qualidade.

Tal isolamento digital induz uma espécie de consumo automatizado, considerando a quantidade e a frequência informativa.

Não é mais possível frear o aumento de dados digitalizados e disponibilizados pela internet, o que gera o inevitável corolário de que as incertezas também tendem a se tornar mais intensas e permanentes. Tudo indica que já estamos sendo levados a optar entre aderir a alguma das milhares de “bolhas informativas” ou aprender a conviver com a dúvida e a incerteza. (CASTILHO, 2019)

Dadas as possíveis características sobre o isolamento digital, compreende-se perspectivas distintas. De um lado, considera-se esse isolamento como um condutor para um consumo informacional relevante em tempos de pandemia. Do outro, identifica-se também um campo com possibilidades de informações vastas e de cunho pouco relevante.

### 3.1.1 Infodemia

Em um cenário de crise sanitária, e de excesso informacional, em uma sociedade integrada ao digital, surge o conceito *infodemia*. Criado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no ano de 2020, o termo está relacionado ao aumento no volume de informações que circulam constantemente pelas redes sociais digitais em resposta ao surto causado pela Covid-19, que conseqüentemente acabam gerando

desinformação<sup>8</sup>. A *infodemia* torna-se um conceito relevante para este artigo, pois se atrela diretamente ao fenômeno de excesso informacional, que se estabelece desde os primórdios da pandemia.

Nesses tempos de fluxo informacional elevado, os usuários das redes sociais digitais circulam e consomem uma vasta quantidade de conteúdo. Essa geração contemporânea, de algum modo, tende a ter maior independência no que se refere às buscas informacionais. Todavia, ainda que exista autonomia oferecida pelas tecnologias digitais, não há como de fato ter uma pausa. Os ambientes online geram cada vez mais informações, em intervalos de tempo cada vez mais curtos, visto que a propagação de informação parte entre os mais diversos perfis de redes sociais, sobretudo em um contexto pandêmico.

Nas redes sociais digitais, as informações circulam e de alguma forma norteiam a vida dos usuários, sejam as notícias de cunho relevante, ou as *fakes News*, em que “denomina a produção e propagação massiva de notícias falsas, com objetivo de distorcer fatos intencionalmente intenção de criar danos” (GALHARDI, 2020, p.3). No contexto de crise global, esse espaço desencadeia um alerta quanto a produção e o consumo informacional, que antes mesmo da chegada da Covid-19 já estava em discussão, no que diz respeito a fatores primordiais, como o conhecimento, a verdade – ainda que não absoluta – e o controle sobre o que deve ser consumido.

Quando se envolvem questões tão cruciais para a vida, como a saúde, as informações são ainda mais necessárias, considerando a rapidez que o momento pandêmico exige. Contudo, pode-se compreender que é preciso balancear esse consumo informacional que se estabelece na atualidade, visto que:

Ademais, o constante bombardeio de informações que alcança as pessoas por diversos meios e mídias (como televisão, rádio, computador, *tablets*, *smartphones*, jornais impressos ou eletrônicos, *blogs*, mídias sociais, aplicativos de conversas) acaba por sobrecarregá-las. Com isso, muitas vezes, as pessoas se tornam ansiosas, deprimidas, ou até mesmo exauridas e incapazes de responder às demandas que se apresentam. (GARCIA, e DUARTE, 2020, p.1)

Em suma, o espaço online vai disponibilizar uma série de informações, comentários e posicionamentos sobre essa situação vivida pelo mundo. Esse bombardeio de informações sobre a COVID-19, pode contribuir para um maior conhecimento sobre o vírus, como também pode dificultar uma compreensão clara do que deve ser feito, como as orientações necessárias e efetivas no processo de isolamento social.

#### 4 METODOLOGIA

A metodologia aplicada neste estudo parte de uma revisão bibliográfica de base empírica sob abordagem quanti-qualitativa. Considerando que a revisão de literatura constrói as considerações iniciais sobre a problemática da pesquisa, primeiramente foi realizado um levantamento bibliográfico através de artigos científicos, periódicos,

---

<sup>8</sup> Desinformação é uma informação falsa ou imprecisa cuja intenção deliberada é enganar. No contexto da pandemia atual, pode afetar profundamente todos os aspectos da vida e, mais especificamente, a saúde mental das pessoas, pois a busca por atualizações sobre a COVID-19 na Internet cresceu de 50% a 70% em todas as gerações. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054?locale-attribute=pt>. Acesso em 20 abr. 2021.

livros, relatórios e pesquisas. O levantamento tem a finalidade de delimitar e proporcionar maior familiaridade com tema de estudo (GIL, 2002)

Em seguida, como instrumento para coleta de dados, foi utilizado um questionário contendo doze questões fechadas formuladas pela autora, sendo divulgado via internet, compartilhado e recompartilhado por colegas da autora e orientadora desta pesquisa, através de aplicativos de redes sociais digitais como WhatsApp, Instagram e Facebook. Seu uso foi importante pois “pode-se verificar que o questionário constitui o meio mais rápido e barato de obtenção de informações, além de não exigir treinamento de pessoal e garantir o anonimato”. (GIL, 2002 p.115)

O questionário foi desenvolvido através do aplicativo de gerenciamento Google Forms, uma vez que a plataforma apresenta maior agilidade na coleta de dados e respostas que chegam imediatamente após o envio, garantindo o anonimato dos respondentes. O Forms ainda oferece uma facilidade na apuração dos resultados obtidos, organizando e resumindo os dados em gráficos e tabelas com percentuais. Com essa possibilidade, a exibição e compreensão sobre os respectivos dados se tornam mais usuais para o pesquisador.

O questionário foi desenvolvido um ano após o início da pandemia que surgiu em 2020, e teve como objetivo coletar informações acerca de possíveis impactos referentes ao consumo informacional sobre a Covid-19 em redes sociais digitais no Brasil. No convite para a participação e na introdução do questionário foram esclarecidos os objetivos do estudo e a garantia de anonimato dos participantes. As perguntas iniciais do questionário buscam saber a faixa etária e o estado dos respondentes. Em seguida, as perguntas destinam-se ao uso frequente desses usuários em redes sociais digitais, compreendendo como se estabelecem seus perfis no consumo informacional sobre a pandemia, e como esse consumo reflete sobre eles, sob uma perspectiva comportamental informacional.

A partir dos objetivos já explicitados, a pesquisa pode ser classificada como exploratória e descritiva. Em primeiro lugar, porque a pesquisa exploratória tem como objetivo o aprimoramento da ideia (GIL, 2002), e este artigo busca explorar os dados sobre o consumo informacional acerca da Covid-19 em redes sociais digitais. Em segundo lugar, em relação aos dados coletados, esta pesquisa pode ser considerada descritiva porque traz “como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno” (GIL, 2002, p. 42)

Adequa-se a pesquisa uma abordagem quanti-qualitativa, pois os números são transformados em dados informacionais que são discutidos e analisados, visto que em levantamentos os percentuais são importantes para a construção do objetivo da pesquisa. Logo, partindo para uma perspectiva qualitativa, promovemos uma discussão para entender os dados coletados, bem como os possíveis impactos no consumo de informações sobre Covid-19 em redes sociais digitais.

## **5 RESULTADOS E DISCUSSÕES**

Depois de abordados conceitos importantes para esta pesquisa, serão apresentados os resultados coletados através do questionário online que esteve disponível entre os dias 27 de abril e 3 de maio de 2021. Ao todo, 200 respondentes distribuídos por 14 estados brasileiros participaram do questionário. As perguntas iniciais buscaram saber a faixa etária e o Estado onde residem os respondentes, uma vez que tais dados são importantes para alcançar maior conhecimento acerca das características desses usuários, além possibilitarem comparações mais precisas com os dados coletados.

A maior parte destes respondentes foi do estado da Paraíba, origem revelada por 78% deles (percentual motivado, supostamente, pelo compartilhamento feito a partir dos contatos mais próximos da pesquisadora, natural do Estado). Logo, os demais respondentes se identificaram como sendo da Bahia (7,5%), do Rio Grande do Norte (3%) e dos estados de Pernambuco (2,5%) e São Paulo (2,5%). Nos estados de Roraima, Ceará, Goiás e Pará houve apenas 2 (1%) respondentes de cada estado. E, por fim, 0,5% de cada um dos seguintes estados: Paraná, Rio de Janeiro, Distrito Federal, Alagoas e Minas Gerais.

Em relação à faixa etária dos respondentes, predominaram os que possuem entre 20 a 29 anos, sendo 59% do total de participantes. Em seguida, 15% revelaram ter entre 30 a 39 anos de idade. De faixa etária jovem, foram 10% os que apresentaram de 10 a 19 anos de idade. Já 9,5% informaram estar na faixa de 40 a 49 anos, 4% entre 50 a 59 anos e 2,5% entre 60 a 69 anos.

### 5.1 Perfis no Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube e Twitter

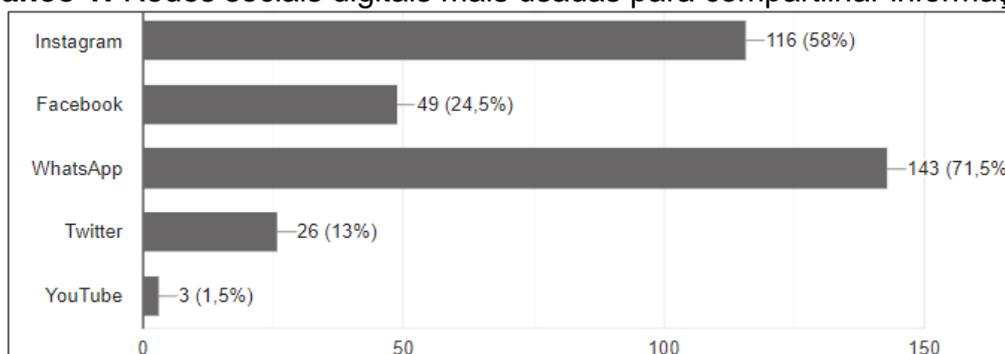
A próxima questão buscou saber a respeito da inserção dos respondentes em redes sociais digitais, uma vez que entre as opções eles poderiam selecionar mais de uma rede da qual participam. A maioria diz ter perfil no WhatsApp, correspondendo a 95%, enquanto 91,5% dos respondentes afirmaram ser usuários do Instagram. Em seguida, aparece o Facebook, com 64,5% de usuários. Em quarto lugar está a rede social YouTube, tendo 61% desses usuários, e por último o Twitter, com 33%.

Com relação ao uso em maior frequência, os respondentes tinham que indicar apenas uma rede social digital. Desse modo, o WhatsApp (52%) e o Instagram (36%) estiveram à frente de forma significativa com relação ao uso em maior frequência por parte desses usuários, quando comparado ao uso das demais redes. O Youtube foi apontado como a rede social mais usada por 4,5% de usuários, enquanto outros 4% indicaram um maior uso da rede social Twitter. Com menor uso frequente entre as redes pesquisadas está o Facebook, com 3,5%. É notório que por mais que uma quantidade significativa de usuários possuam perfis no Facebook, o uso desta rede social é inferior às demais nas quais esses usuários estão inseridos.

#### 5.1.1 Compartilhamento e consumo de informação

Quanto ao uso das redes sociais digitais para o compartilhamento de informações em geral, sendo possível o usuário selecionar mais de uma opção na questão, destacaram-se as redes WhatsApp, com 71,5%, e Instagram, com 58% de usuários que compartilham informações, conforme ilustra o gráfico abaixo:

**Gráfico 1:** Redes sociais digitais mais usadas para compartilhar informações



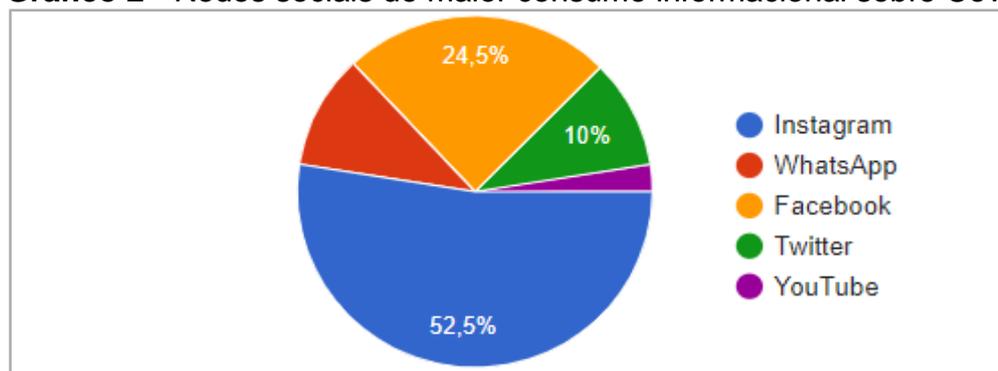
Fonte: Google Forms

Em relação ao fato do WhatsApp ser usado pela maioria dos usuários para o compartilhamento de informações, podemos entender esse índice quando comparado aos números de uso frequente desses usuários quanto a relevância e interesse de cada indivíduo, conforme explica Recuero (2009). A conversação instantânea como principal característica da rede pode ser considerada como um fator primordial.

Quanto ao consumo de informações sobre a pandemia da Covid-19, 52,5% dos usuários pesquisados disseram consumir mais informações no Instagram, conforme mostra o gráfico abaixo, considerando que a pergunta evidenciou que tal consumo poderia ocorrer mesmo que de forma não intencional. Nota-se, em comparação aos dados sobre o compartilhamento de informações, que usuários consomem a informação no Instagram de forma constante, mas compartilham conteúdo mais intensamente no WhatsApp, sendo apontada nesta pesquisa como a maior rede social digital de compartilhamento e de maior uso frequente.

O efeito cascata discutido por Recuero (2012) surge na rede social digital Instagram, junto com as características de imediatismo impostas pela era da informação digital. Tal rede oferece em multiformatos uma infinidade de informações sobre Covid-19, partindo de diversas contas na rede como uma necessidade de repassar informações sobre o vírus.

**Gráfico 2** - Redes sociais de maior consumo informacional sobre Covid-19



Fonte: Google Forms

### 5.1.2 Impactos no consumo de informações sobre Covid-19

Com relação ao excesso informacional, 78,5% dos usuários que responderam ao questionário afirmaram estar sobrecarregados com as informações sobre Covid-19 propagadas nas redes sociais digitais. Por mais que as informações sejam essenciais, os usuários tornam-se reféns desse excesso, sobretudo pelo teor do tema, como vidas perdidas, aumento do contágio da Covid-19 e crise – notícias de cunho negativo que podem influenciar essa sobrecarga, aliadas ao efeito cascata. A sobrecarga informacional pode ser tornar um fator capaz de intensificar automaticamente o “isolamento no isolamento” com explica Lemos (2020) sobre o isolamento digital, uma vez que esses usuários tendem a evitar o consumo dessas redes quando possível.

Frente ao excesso informacional sobre os usuários, 50,5% dos respondentes sentiram dificuldade em compreender alguma das informações consumidas nas redes sociais digitais, e outros 49,5% afirmaram que não tiveram dificuldade na compreensão. Esses dados tornam-se ainda mais relevantes diante um cenário de pandemia vivido globalmente, em que a informação precisa ser propagada de forma

clara e objetiva, pois quando circulada de forma duvidosa ou mal construída pode causar riscos maiores no que diz respeito a Covid-19.

A pesquisa não teve o intuito de identificar as causas dessa falta de compreensão, mas nota-se que o isolamento digital, como também a *infodemia*, se atrelam a esse impacto. Isso leva a entender que essa falta de compreensão acontece no recebimento de informações imprecisas, bem como pelo excesso que circula nessas redes, sendo possível uma mesma informação ser propagada com diferentes versões. Nesse caso, podemos considerar a *fast-foodização* (BORGES, 2020) de informações sobre a pandemia, em que as mensagens foram propagadas com rapidez, como também sua produção foi feita buscando apenas visibilidade, mas sem qualidade.

Contudo, por mais que a maioria desses usuários tenha tido dificuldades para compreender alguma informação sobre a Covid-19, 76,5% obtiveram maior conhecimento sobre a pandemia ao consumir informações nessas redes sociais digitais, enquanto 23,5% dos respondentes revelara ter adquirido mais dúvidas. A informação, conforme explica Barreto (2005), está atrelada ao conhecimento, e torna-se fundamental para nortear esses usuários, bem como toda a sociedade, sobre as situações referentes ao vírus. Os usuários por mais que tenham consumido uma quantidade excessiva e não intencional de informações sobre Covid-19, ainda estiveram melhor atualizados sobre a crise sanitária. Os demais que obtiveram mais dúvidas, podemos compreender a partir do que Castilho (2019) afirma sobre os excessos informacionais.

No que se refere à necessidade de acompanhamento de informações, 64,5% dos usuários respondentes sentiram a necessidade de acompanhar o fluxo informativo sobre a Covid-19, já os outros 35,5% não sentiram. Esse fato abrange a discussão acerca das características do isolamento digital, e da necessidade imposta pela crise sanitária em acompanhar todos os dados relativos à pandemia, bem como o tempo cada vez menor de satisfação quanto ao consumo de informações recebidas (DELFINO, PINHO NETO e SOUSA, 2019).

Para além da necessidade de acompanhar essas informações sobre Covid-19, 89,5% dos usuários preocuparam-se com a veracidade das informações consumidas, e apenas 10,5% não se preocuparam. Tais dados são importantes quando analisados em tempos de excesso informacional, e mais precisamente, de riscos da desinformação que se propaga mundialmente.

Para finalizar, as informações consumidas sobre a Covid-19 em redes sociais digitais – como Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube e Twitter – ajudaram a 94,5% dos usuários respondentes desta pesquisa a manterem os cuidados necessários no combate ao novo coronavírus, uma vez que essas redes sociais foram espaço de uma diversidade de informações não somente noticiosas, que buscavam trazer as devidas orientações sobre o vírus. Apenas 5,5% destes usuários afirmaram que as informações consumidas não contribuíram para que adotassem os cuidados necessários para lidar com a pandemia.

## 6 CONCLUSÃO

As redes sociais digitais difundem, na pandemia causada pelo novo coronavírus, um consumo ainda maior no quesito informação, o que de fato causa impactos nos usuários que a consomem, principalmente pela sua quantidade excessiva. Esse desafio surge nas redes sociais digitais acentuado pela crise sanitária

global em sua gravidade, como também pela potencialidade em torno dessas redes, levando em conta que as redes sociais digitais estão cada dia mais presentes no cotidiano dos indivíduos, fazendo parte do processo de construção e compartilhamento de conhecimento, principalmente quando diz respeito ao consumo de informação.

Desse modo, conforme revelam os dados coletados por esta pesquisa, tais informações online geraram impactos diversos nos seus receptores, seja para um consumo construtivo, quando contribuem para o melhor direcionamento sobre os cuidados com o novo coronavírus, ou para induzir uma sobrecarga informacional, que com ela acarreta dúvidas e incertezas sobre alguma das informações consumidas quanto a Covid-19.

A partir desse cenário, surge cada vez mais a necessidade de uma produção ética para que as informações absorvidas por esses usuários possam gerar senso crítico e contribuir para um melhor entendimento acerca do tema. Isso porque as informações logo são repassadas para outros usuários, considerando a grande característica de compartilhamento informacional propiciada por essas redes.

Nesse caso, o real e o virtual mencionados no início deste artigo, em tempos de crise sanitária emergencial se unem de forma ainda mais intensa, e as informações propagadas por telas tornam-se cada vez mais potenciadoras e capazes de influenciar a tomada de decisões daqueles que as consomem. Por isso, o consumo consciente por parte dos usuários, bem como uma cultura de averiguação da produção e da disseminação informacional – seja por profissionais de comunicação ou pessoas comuns – precisam ser promovidos.

Para além das suas próprias considerações, esta pesquisa abre espaço para que outros pesquisadores possam explorar demais aspectos relacionados ao consumo de informações sobre Covid-19 e seus impactos, tais como: se o consumo nessas redes se volta para perfis comuns ou jornalísticos; quais os tipos de informações que os usuários têm dúvidas; como compreender de forma mais detalhada os aspectos da *infodemia* etc. Além do objetivo de averiguar aspectos mais detalhados sobre o compartilhamento dessas informações, esta autora tem como interesse investigar as principais motivações relacionadas à tomada de decisões com base na desinformação presente em tempos de pandemia.

## REFERÊNCIAS

BARRETO, Angela Maria. Informação e conhecimento na era digital. **Transinformação**, Campinas, v. 17, n. 2, pág. 111-122, agosto de 2005. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-37862005000200002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-37862005000200002&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 09 abr. 2021.

BEZERRA, Anselmo César Vasconcelos et al. Fatores associados ao comportamento da população durante o isolamento social na pandemia de COVID-19. **Ciênc. saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 25, n. 1, p. 2411-2421, Jun 2020. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232020006702411&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232020006702411&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 25 abr. 2021.

BORGES, Clara Andrade. **Fast-foodização da informação: a comunicação em tempos de cibercultura e modernidade líquida**. Universidade Federal da Paraíba,

2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/17406>  
Acesso em: 20 abr. 2021.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.  
CASTILHO, Carlos. Quanto mais informação, mais dúvida. **Observatório da Imprensa**, 2016. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/mundo-digital/quanto-mais-informacao-mais-duvidas/>. Acesso em: 21 abr. 2021.

DELFINO, Samyr. S.; PINHO NETO, Júlio. A. S. de; SOUSA, Marckson. R. F. de. Desafios da sociedade da informação na recuperação e uso de informações em ambientes digitais. **RDBCI: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, SP, v. 17, 2019. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8655973>. Acesso em: 21 abr. 2021.

DIGITAL 2021: Os mais recentes insights sobre o 'estado do digital'. **We Are Social e Hootsuite**, 27 de jan. de 2021. Disponível em: <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>. Acesso em: 22 abr. 2021.

GARCIA, Leila Posenato; DUARTE, Elisete. Infodemia: excesso de quantidade em detrimento da qualidade das informações sobre a COVID-19. **Epidemiologia e Serv. Saúde**, Brasília, v. 29, n. 4, 2020. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S223796222020000400100&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S223796222020000400100&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 26 abr. 2021.

GALHARDI, Cláudia Pereira et al. Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva** [online]. 2020, v. 25. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1413-812320202510.2.28922020>. Acesso em: 28 mai. 2021.

G1. **OMS reforça que medidas de isolamento social são a melhor alternativa contra o coronavírus**. 3 de maio de 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/03/30/oms-reforca-que-medidas-de-isolamento-social-sao-a-melhor-alternativa-contr-o-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 19 abr. 2021.

INSTAGRAM. **Fornecer informação, segurança e apoio às pessoas no Instagram**. 24 de mar. de 2020. Disponível em: <https://about.instagram.com/pt-br/blog/announcements/coronavirus-keeping-people-safe-informed-and-supported-on-instagram#:~:text=papo%20de%20v%C3%ADdeo.-,Acessar%20informa%C3%A7%C3%B5es%20precisas,dos%20minist%C3%A9rios%20de%20sa%C3%BAde%20locais%3E>. Acesso em: 21 abr. 2021.

INSPER. **Novo normal: entenda melhor esse conceito e seu impacto em nossas vidas**. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/novo-normal-conceito/>. Acesso em: 22 de abr. 2021.

Jovens usam redes para se informar sobre Covid-19. **Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-Line (GJOL)**, 2020. Disponível: <https://gjol.net/2020/06/jovens-e-consumo-de-noticias-o-que-diz-o-relatorio/>. Acesso em 21 abr. 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

LEMOS, André. Novo Coronavírus e isolamento digital. **Laboratório de pesquisa em mídia digital, redes e espaço**, 24 de mar de 2020. Disponível em: <http://www.lab404.ufba.br/novo-coronavirus-e-isolamento-digital/>. Acesso em 21 abr. 2021;

MARTELETO, Regina Maria. Análise de redes sociais - aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 30, n. 1, p. 71-81, abr. 2001. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19652001000100009&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652001000100009&lng=en&nrm=iso). Acesso em 20 abr. 2021.

MOREIRA, Ardilhes; PINHEIRO, Lara. OMS declara pandemia de coronavírus no país. **G1**, 11 mar. 2020 Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghtml>. Acesso em: 25 abr. 2021.

MORENO, Diego. Brasileiro fica 3 horas e 31 minutos por dia nas redes sociais. **Agencia visia**, 2020. Disponível em: <https://www.agenciavisia.com.br/news/brasileiro-fica-3-horas-e-31-minutos-por-dia-nas-redes-sociais/>. Acesso em 19 abr. 2021.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a covid-19 – Departamento de evidência e inteligência para ação em saúde. 2020. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52054>. Acesso em: 22 abr. 2021.

PACHECO, André. **Informação digital: o vértice comum entre a Diplomática e a Ciência da Informação**. Dissertação, Mestrado em Ciências da Documentação e Informação, Universidade de Lisboa, 2015.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009

RECUERO, Raquel. **A rede é a mensagem: Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social**. In: Eduardo Vizer. (Org.). *Lo que Mcluhan no previó*. Buenos Aires: Editorial La Crujía, 2012, v. 1, p. 205-223.

RODRIGUES, Horácio Wanderlei; BECHARA, Gabriela Natacha; GRUBBA, Leilane Serratine. Era digital e controle da informação. **Revista Em Tempo**, [S.l.], v. 20, n. 1, nov. 2020. Disponível em: <https://revista.univem.edu.br/emtempo/article/view/3268>>. Acesso em 13 abr. 2021.

TOMAÉL, Maria Inês; MARTELETO, Regina Maria. Do compartilhamento da informação ao conhecimento coletivo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - ENANCIB, 7., 19-22 nov. 2006, Marília. **Anais...** Marília: ANCIB, 2006.

TOMAÉL, Maria Inês. et al. Avaliação de fontes de informação na Internet: critérios de qualidade. **Informação e Sociedade**, v. 11, n. 2, p. 13-35, 2001.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler.; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v.34, n.2, maio/ago. 2005.

WAKKA, Wagner. Instagram desponta como fonte de notícias no Brasil. **Canaltech**, 2020. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/instagram-desponta-como-fonte-de-noticias-no-brasil-166578/>. Acesso em 21 abr. 2021.

WERTHEIN, Jorge. A sociedade da informação e seus desafios. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 29, n. 2, pág. 71-77, agosto, 2000. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19652000000200009&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652000000200009&lng=en&nrm=iso). Acesso em 30 abr. 2021.

## APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

14/05/2021

Impacto no consumo de informações sobre a pandemia nas redes sociais

# Impacto no consumo de informações sobre a pandemia nas redes sociais

Olá!

Desde já agradeço o seu interesse em colaborar com a nossa pesquisa, que tem objetivo acadêmico.

Buscamos coletar dados sobre impactos no consumo de informações nas redes sociais digitais no Brasil, durante o primeiro ano da pandemia causada pelo novo coronavírus, levando em consideração que o fluxo de informações sobre a Covid-19 pode causar impactos positivos e negativos nos usuários.

Os dados coletados nesta pesquisa serão apresentados em um artigo científico, desenvolvido para a defesa de conclusão do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). A sua participação é anônima.

Obrigada.

Rayanne Kessia Soares Câmara - Aluna do curso de Jornalismo - Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Prof. Dra. Marina Magalhães de Moraes - Orientadora

**\*Obrigatório**

### 1. 1. Sua faixa etária \*

*Marcar apenas uma oval.*

- até 9 anos
- 10 a 19 anos
- 20 a 29 anos
- 30 a 39 anos
- 40 a 49 anos
- 50 a 59 anos
- 60 a 69 anos
- 70 a 79 anos
- 80 anos ou mais

1. 2. Em que estado você mora? \*

*Marcar apenas uma oval.*

- Acre - AC
- Alagoas - AL
- Amapá - AP
- Amazonas - AM
- Bahia - BA
- Ceará - CE
- Espírito Santo - ES
- Goiás - GO
- Maranhão - MA
- Mato Grosso - MT
- Mato Grosso do Sul - MS
- Minas Gerais - MG
- Pará - PA
- Paraíba - PB
- Paraná - PR
- Pernambuco - PE
- Piauí - PI
- Rio de Janeiro - RJ
- Rio Grande do Norte - RN
- Rio Grande do Sul - RS
- Rondônia - RO
- Roraima - RR
- Santa Catarina - SC
- São Paulo - SP
- Sergipe - SE
- Tocantins - TO
- Distrito Federal (unidade federativa)

3. De quais redes sociais digitais você faz parte? \*

*Marque todas que se aplicam.*

Facebook

Instagram

WhatsApp

Twitter

YouTube

Outro:  \_\_\_\_\_

4. Qual rede social você usa com mais frequência? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Instagram

Facebook

WhatsApp

Twitter

YouTube

5. Quais redes normalmente você usa para compartilhar informações? \*

*Marque todas que se aplicam.*

Instagram

Facebook

WhatsApp

Twitter

YouTube

6. Em quais destas plataformas você mais consumiu informações sobre a pandemia (mesmo que de forma não intencional)? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Instagram

WhatsApp

Facebook

Twitter

YouTube

7. Você se sentiu sobrecarregado com o volume de informações propagadas? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

8. Sentiu dificuldade para compreender alguma informação relacionada à Covid-19 nas redes sociais? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

9. Sobre as informações relacionadas à pandemia nas redes sociais, o fluxo informativo lhe trouxe conhecimento ou mais dúvidas? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Conhecimento

Dúvidas

10. Você sentiu a necessidade de estar sempre acompanhando as informações nas redes sociais sobre a pandemia? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

11. Você se preocupou com a veracidade das informações que consumiu? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

12. As informações nas redes sociais lhe ajudaram a manter os cuidados necessários no combate ao novo coronavírus? \*

*Marcar apenas uma oval.*

Sim

Não

## AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar a Deus, por ter me guiado e me permitido enfrentar os tantos desafios encontrados ao longo da graduação em Jornalismo, e me dado discernimento em momentos difíceis, bem como para realização deste trabalho. A minha mãe, que sempre esteve ao meu lado me dando forças e me incentivando a nunca desistir mesmo diante todas as dificuldades, sempre acreditando no meu potencial.

A minha vó, que sempre esteve fazendo tudo que pôde para que eu pudesse trilhar um caminho de grandes conquistas. A todos os meus familiares que de alguma forma foram minha motivação durante toda minha vida e trajetória no curso.

Agradeço ao meu noivo, Eriberto, que segurou a minha mão quando estava exausta e sem forças para continuar, além de sempre me incentivar e acreditar no meu potencial, por sempre me ajudar em tudo que esteve ao seu alcance. Agradeço por todo amor, e companheirismo dado.

A minha amiga Joyce, que dividiu toda essa trajetória comigo, mesmo nos momentos mais difíceis, pelos momentos de troca e ajuda durante a graduação. E aos demais colegas que de alguma forma me incentivaram nessa jornada.

Em especial, a minha orientadora Marina Magalhães, por ter aceitado embarcar comigo nesse desafio que é o TCC, mesmo sem me conhecer ou ter me lecionado durante o curso. Por toda sua paciência e troca, pelas conversas de incentivo, além de toda sua dedicação para me ajudar mesmo com tantas responsabilidades a serem cumpridas. Sua ajuda foi fundamental para a conclusão deste trabalho.

Por fim, aos mestres que passaram pela minha vida ao longo dessa graduação, e a Universidade Estadual da Paraíba por todo o conhecimento dado.